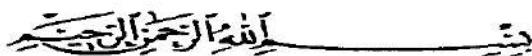


## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang senantiasa memberikan limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penyusun, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**STRATEGI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM KABUPATEN PROBOLINGGO**" Sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar sarjana starata satu (S1) pada Fakultas Sosial dan Humaniora Jurusan Ekonomi Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad *Shaallahu 'Alaihi Wa Sallam* yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman iman dan islam.

Sekalipun karya ilmiah ini masih jauh dari standar kualitas sempurna, apa yang penulis lakukan ini merupakan upaya maksimal dengan keterbatasan yang penulis miliki. Selain dari pada itu, kerja lelah dan tugas yang terasa cukup berat ini tidak terlepas dari kerelaan, ketulusan, keikhlasan dan kemurahan hati beberapa pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini dengan akses berupa pemberian motivasi, bimbingan, pengarahan petunjuk dan masukan - masukan. Sehingga penulisan skripsi ini beban penulis sedikit lebih ringan.

Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam serta ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya penulis ucapkan kepada:

1. KH. Moh. Zuhri Zaini, BA. Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo Serta Semua Jajaran Dewan Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid.
2. KH. Abd. Hamid Wahid, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Nurul Jadid.
3. Bapak Dr. Tirmidi, M.Pd Selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid Paiton probolinggo.
4. Bapak Deddy Junaedi, M.AB Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid
5. Bapak Fahrudin, M.M Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya dan berkenan dengan penuh keikhlasan waktu, pikiran, tenaga untuk membimbing penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Para Dosen Fakultas Sosial dan Humaniora Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang telah banyak menyumbang pemikiran.
7. Seluruh keluarga dan kerabat terdekat saya yang sudah bersedia membantu memberi saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini dari pemilihan judul sampai pada tahap yang paling akhir, yang selalu memberikan masukan dan support pada saat penulisan berlangsung, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang terkait diatas mendapat balasan yang terbaik dari Allah *ShubhanahuWaTa'ala*.

Akhirnya, Skripsi ini adalah “buah” prosesnya penyusun yang jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak penyusun harapkan demi kebaikan dimasa yang akan datang. Hanya kepada Allah-lah kami memohon ampun dan kepadanyalah kami mohon petunjuk. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak serta menambah khazanah pengetahuan, Amiin.



Paiton, 5 Mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DALAM .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Definisi Konsep .....	9
G. Penelitian Terdahulu .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>

A. Strategi .....	14
1. Pengertian Strategi .....	14
2. Pengertian Pemasaran .....	15
3. Strategi Pemasaran .....	17
4. Konsep Pemasaran .....	18
5. Elemen-Elemen Dalam Strategi Pemasaran .....	23
6. Tujuan Strategi Pemasaran .....	24
B. Penjualan .....	27
1. Pengertian Penjualan .....	27
2. Tujuan Penjualan .....	28
3. Faktor-Faktor yang Menpengaruhi Penjualan .....	29
4. Jenis-Jenis Penjualan .....	30
5. Tahapan-Tahapan Penjualan .....	31
6. Cara Penjualan .....	33
7. Peningkatan Penjualan .....	35
C. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	36
1. Pengertian UMMK .....	36
2. Klasifikasi UMMK .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan .....	38

B. Tempat dan Lokasi Penelitian .....	38
C. Instrumen Penelitian .....	39
D. Sumber Data .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Teknik Analisis Data .....	41
G. Keabsahan Data .....	43
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	 <b>45</b>
A. Gambaran Umum UMKM Probolinggo .....	45
B. Paparan Data .....	49
C. Pembahasan .....	57
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>	 <b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	62
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>63</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>66</b>